

**Заключение диссертационного совета 24.2.490.01 на базе
федерального государственного бюджетного образовательного учреждения
высшего образования «Донецкий национальный университет экономики и
торговли имени Михаила Туган-Барановского»
Министерства науки и высшего образования Российской Федерации
по диссертации на соискание ученой степени доктора экономических наук**

аттестационное дело № _____
решение диссертационного совета 24.2.490.01 от 02.07.2024 г. № 39

О ПРИСУЖДЕНИИ

Чумаченко Галине Валерьевне,
гражданке Российской Федерации,
ученой степени доктора экономических наук

Диссертация «Маркетинг персонала в условиях структурных изменений» по специальности 5.2.3. Региональная и отраслевая экономика (маркетинг) принята к защите «02» апреля 2024 г., протокол №17 диссертационным советом 24.2.490.01 на базе федерального государственного бюджетного образовательного учреждения высшего образования «Донецкий национальный университет экономики и торговли имени Михаила Туган-Барановского» Министерства науки и высшего образования Российской Федерации, 283050, г. Донецк, ул. Щорса, 31, Приказ Министерства науки и высшего образования Российской Федерации № 150/нк от 20 февраля 2024 г.

Соискатель Чумаченко Галина Валерьевна, 1968 года рождения, в 1993 году окончила Ворошиловградский машиностроительный институт по специальности «Экономика и организация машиностроительного производства», присвоенная квалификация по диплому – инженер-экономист.

Диссертацию на соискание ученой степени кандидата экономических наук на тему «Организация управления малыми и средними предприятиями с

использованием информационных технологий» защитила в 1999 году в специализированном ученом совете Восточноукраинского государственного университета. Ученое звание доцента кафедры менеджмента присвоено в 2002 году.

Работает в должности заведующего кафедрой управления персоналом и экономической теории федерального государственного бюджетного образовательного учреждения высшего образования «Луганский государственный университет имени Владимира Даля» Министерства науки и высшего образования Российской Федерации.

Диссертация выполнена на кафедре экономики предприятий и управления трудовыми ресурсами в АПК федерального государственного бюджетного образовательного учреждения высшего образования «Луганский государственный аграрный университет имени К.Е. Ворошилова» Министерства сельского хозяйства Российской Федерации.

Научный консультант – доктор экономических наук, профессор, Гончаров Валентин Николаевич, федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Луганский государственный аграрный университет имени К.Е. Ворошилова», заведующий кафедрой экономики предприятий и управления трудовыми ресурсами в АПК.

Официальные оппоненты:

Ободец Роман Васильевич, доктор экономических наук, доцент, государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Башкирская академия государственной службы и управления при Главе Республики Башкортостан», проректор по научной и организационной работе;

Бунтовская Лариса Леонидовна, доктор экономических наук, доцент, федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Донецкий государственный университет», профессор кафедры управления персоналом и экономики труда;

Иванов Михаил Федорович, доктор экономических наук, доцент, федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего

образования «Донбасская национальная академия строительства и архитектуры», заведующий кафедрой менеджмента строительных организаций

дали положительные отзывы о диссертации.

Ведущая организация – федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Донбасский государственный технический университет», в своем положительном заключении, подписанном Коваленко Натальей Валериевной, доктором экономических наук, профессором, заведующим кафедрой «Экономика и управление», и утвержденном врио ректора, кандидатом технических наук, доцентом Смекалиным Евгением Сергеевичем, указала, что диссертация представляет собой завершенную научно-исследовательскую работу на актуальную тему. Новые научные результаты, полученные автором, имеют существенное значение для экономической науки и практики. Выводы и рекомендации достаточно обоснованы. Автореферат соответствует содержанию диссертации. Научные работы, опубликованные автором по теме диссертационной работы, в полном объеме отражают положения, выводы и рекомендации, которые являются результатом проведенного исследования. В целом, диссертационная работа отвечает требованиям пунктов 9-14 Раздела II. Положения о присуждении ученых степеней, утвержденного Постановлением Правительства Российской Федерации от 24.09.2013 г. №842 (ред. от 25.01.2024 г.) «О порядке присуждения ученых степеней», предъявляемым к докторским диссертациям, а ее автор – Чумаченко Галина Валерьевна заслуживает присуждения ученой степени доктора экономических наук.

По результатам исследования опубликовано 35 научных работ, в том числе 2 монографии, из которых одна авторская, 17 статей в рецензируемых научных изданиях, 6 в прочих изданиях, 10 тезисов в материалах научно-практических конференций различного уровня. Общий объем публикаций – 36,06 печ. л., из которых 33,81 печ. л. принадлежат лично автору.

Наиболее значимыми научными работами по теме диссертации являются:

1. Чумаченко, Г.В. Совершенствование и реформирование структуры персонала на этапах жизненного цикла предприятия / Г.В. Чумаченко, Б.Е.

Бачевский, С.С. Коренева // Вестник Луганского национального университета имени Владимира Даля, 2020. – № 4 (34). – С. 192-196. *Личный вклад: представлен новый подход к определению основной и промежуточных целей процесса управления персоналом на всех этапах жизненного цикла предприятия с учетом динамики факторов внешней среды.*

2. Чумаченко, Г.В. Исследование факторов производительности труда предприятия / Г.В. Чумаченко, Е.А. Шатихина // Вестник Луганского государственного университета имени Владимира Даля, 2021. – № 7 (49). – С. 252-256. *Личный вклад: обозначены показатели производительности труда в зависимости от направления их исследования.*

3. Чумаченко, Г.В. Модель оценки имиджа компании на основе концепции маркетинга персонала / Г.В. Чумаченко // Журнал прикладных исследований, 2021. – № 4, том 3. – С. 112-117.

4. Чумаченко, Г.В. Исследование кадровой безопасности предприятия в процессе отбора персонала / Г.В. Чумаченко, Д.И. Филатова // Вестник Луганского государственного университета имени Владимира Даля, 2022. – № 2 (56). – С. 187-191. *Личный вклад: даны рекомендации по разработке анкеты для качественного подбора персонала и минимизации затрат на соответствующие мероприятия.*

5. Чумаченко, Г.В. Тенденции развития маркетинга персонала как базиса формирования стратегического потенциала компании / Г.В. Чумаченко // Инновационное развитие экономики, 2022. – № 5 (71). – С. 186-190.

6. Чумаченко, Г.В. Рекрутинговый маркетинг как фактор формирования организационной культуры компании / В.Н. Гончаров, Г.В. Чумаченко // Торговля и рынок, 2022. – Вып. №3'(63), том 1. – С. 28-34. *Личный вклад: сформулирована взаимосвязь маркетинга персонала и рекрутингового маркетинга, при этом маркетинговая деятельность персонала будет способствовать развитию HR-бренда.*

7. Чумаченко, Г.В. Формирование маркетинговой стратегии рекрутинговой деятельности компании на основе продвинутых цифровых технологий / В.Н. Гончаров, Г.В. Чумаченко // Торговля и рынок, 2022. – Вып. №4'(64), том 1. – С.

115-120. *Личный вклад: разработана маркетинговая стратегия рекрутинговой деятельности компании на основе продвинутых цифровых технологий, с учетом инструментария маркетинговой стратегии.*

8. Чумаченко, Г.В. Оценка влияния имиджа компании с позиции привлекательности как фактор развития маркетинга персонала / Г.В. Чумаченко // *Индустриальная экономика*, 2022. – № 4, том 4. – С. 397-401.

9. Чумаченко, Г.В. Исследование кадровых рисков на разных этапах жизненного цикла предприятия / Г.В. Чумаченко, Д.И. Филатова // *Вестник Луганского государственного университета имени Владимира Даля*, 2022. – № 8 (62). – С. 226-230. *Личный вклад: представлена характеристика этапов жизненного цикла предприятия с учетом кадровых рисков.*

10. Чумаченко, Г.В. Формирование и развитие рынка маркетинговых услуг в системе обеспечения компании квалифицированным персоналом / Г.В. Чумаченко // *Russian Economic Bulletin*, 2023. – Том 6. – №4. – С. 311-315.

11. Чумаченко, Г.В. Научно-методический подход к оценке имиджа компании с точки зрения персонала / Г.В. Чумаченко // *Индустриальная экономика*, 2023. – № 4. – С. 103-108.

12. Чумаченко, Г.В. Оценка имиджа работодателей Луганской Народной Республики на основе научно-методического подхода к оценке имиджа компании / В.Н. Гончаров, Г.В. Чумаченко // *Инновационная экономика: информация, аналитика, прогнозы*, 2023. – № 3. – С. 44-50. *Личный вклад: проведена оценка имиджа работодателей Луганской Народной Республики.*

13. Чумаченко, Г.В. Результаты оценки влияния имиджа компаний Луганской Народной Республики через коэффициент постоянства кадров / В.Н. Гончаров, Г.В. Чумаченко // *Региональная и отраслевая экономика*, 2023. №2. – С. 129-135. *Личный вклад: апробация детерминированной многофакторной модели проведена на примере трех компаний, характеризующихся разным индексом имиджа.*

14. Чумаченко, Г.В. Взаимосвязь индекса имиджа компании и индекса постоянства кадров в условиях развития маркетинга персонала / В.Н. Гончаров, Г.В. Чумаченко // *Торговля и рынок*, 2023. – Вып. №3(67), Т. 1. – С. 20-24. *Личный*

вклад: определена взаимосвязь индекса имиджа и индексе постоянства кадров компаний Луганской Народной Республики в 2022 г.

15. Чумаченко, Г.В. Трансформационные процессы на этапе разработки политики управления персоналом на основе маркетингового подхода / Г.В. Чумаченко // *Modern Economy Success*, 2023. – № 6. – С. 7–12.

16. Чумаченко, Г.В. Развитие маркетинга персонала: современные тенденции и рейтинговые инсайты / Г.В. Чумаченко // *Управленческий учет*, 2023. – №9. – С. 355-361.

17. Чумаченко, Г.В. Стратегия развития маркетинга персонала в условиях структурных изменений / Г.В. Чумаченко // *Торговля и рынок*, 2023. – Вып. №4 (68), Т. 1. – С. 62-72.

На диссертацию и автореферат поступили отзывы:

1. Отзыв доктора экономических наук, профессора, заведующего кафедрой экономики и финансов ФГБОУ ВО «Воронежский государственный лесотехнический университет им. Г.Ф. Морозова» Безруковой Татьяны Львовны (РФ, г. Воронеж). Отзыв положительный. Замечания: 1) в автореферате диссертации (стр. 11-12 автореферата) автор рассматривает клиентелизм, дает определение и описывает характеристику, однако следовало указать отличие авторского видения от таких терминов как клиенториентированность и клиентоцентричность; 2) на стр. 14 автореферата представлены мероприятия по минимизации кадровых рисков кадровой безопасности, однако автор не описывает значение данной категории в системе экономической безопасности всей организации, что позволило бы в полной мере оценить эффективность предложенных мероприятий.

2. Отзыв доктора экономических наук, профессора, профессора кафедры менеджмента в производственной сфере ФГБОУ ВО «Донецкая академия управления и государственной службы» Беленцова Владимира Николаевича (РФ, ДНР, г. Донецк). Отзыв положительный. Замечания: 1) в автореферате автором на странице 17 автор утверждает, что в настоящее время наблюдается рост активности сегментов в системе рекрутингового маркетинга и на рисунке 5 приводит эти

активные сегменты в системе рекрутингового маркетинга за период 2021-2022 год. На наш взгляд было бы целесообразно проанализировать также данные за 2023 год; 2) автором доказано, что маркетинг персонала активно развивается в Луганской Народной Республике и Донецкой Народной Республике. В автореферате не нашло отражение каким образом проводилась оценка эффективности организации маркетинга персонала на рынке рекрутинговых услуг в Российской Федерации, Донецкой Народной Республике, Луганской Народной Республике.

3. Отзыв доктора экономических наук, профессора, заведующего отделом государственного регулирования и планирования экономики ГБУ «Институт экономических исследований» Бражниковой Ларисы Николаевны (РФ, ДНР, г. Донецк). Отзыв положительный. Замечания: 1) на стр. 11 автореферата автор рассматривает результативность труда в качестве ключевого фактора развития маркетинга персонала. А далее по тексту рассматривает показатели культуры труда, которые способствуют росту результативности труда. Целесообразно пояснить, с помощью каких показателей оценивается результативность труда персонала? Или для этих целей автором рекомендуется рассматривать только показатели культуры труда? 2) в автореферате следовало бы дать более подробную характеристику рекомендациям по управлению кадровыми рисками в зависимости от стадии жизненного цикла организации; 3) следовало дать пояснения относительно направлений использования инновационных кадровых технологий, указанных в представленном на рисунке 9 (с. 24) механизме управления персоналом на основе маркетингового подхода.

4. Отзыв доктора экономических наук, профессора, заведующего кафедрой маркетинга и рекламы ФГБОУ ВО «Ростовский государственный экономический университет (РИНХ)» Бондаренко Виктории Андреевны (РФ, г. Ростов-на-Дону). Отзыв положительный. Замечания: 1) целесообразно указать, какие коммуникационные проблемы, относящиеся к структурным вызовам (табл. 1, стр. 10), возникают в процессе организации маркетинга персонала; 2) кроме того, автору следовало представить авторскую позицию в отношении понятия «кадровая безопасность».

5. Отзыв доктора экономических наук, доцента, профессора кафедры «Экономика и управление» ФГБОУ ВО «Сибирский государственный университет водного транспорта» Борисовой Алены Александровны (РФ, г. Новосибирск). Отзыв положительный. Замечание: автор предлагает инструмент оценки влияния имиджа компании на удельную выручку. Имидж компании рассматривается с позиции привлекательности компании для работников. Величина выручки подвержена многофакторному влиянию и не всегда только имидж компании предопределяет ее значение. Каким образом происходит устранение влияния иных факторов на величину выручки в предлагаемом автором инструменте? Пояснение этого вопроса позволит понять позицию автора.

6. Отзыв доктора экономических наук, профессора, заведующего кафедрой «Развитие образовательных систем» ФГБОУ ВО «Севастопольский государственный университет» Кокодей Татьяны Александровны (РФ, г. Севастополь). Отзыв положительный. Замечания: 1) автор отмечает, что на современном этапе наблюдается приостановка деятельности международных компаний в системе рекрутингового маркетинга, что в 2022 году сократило изменения в присутствии на рынке международных провайдеров (стр. 17). Однако из материалов, изложенных в автореферате не понятно как быстро и с применением каких механизмов данный сегмент рынка заменится на аналогичные отечественные компании. 2) в работе раскрыт научно-методический подход к оценке имиджа компании с точки зрения потенциальных, текущих и бывших работников с учетом базовых теоретических положений формирования имиджа работодателя, при этом анкеты для проведения опроса с целью оценки имиджа компании содержали вопросы, сформулированные в соответствии с методикой сбалансированной системы показателей Р. Каплана и Д. Нортона (стр. 19). Однако, с нашей точки зрения, для чистоты эксперимента, можно было бы применить дополнительно альтернативную модель системы сбалансированных показателей в виде модели Лоренца Мейсела.

7. Отзыв доктора экономических наук, доцента, профессора кафедры экономики, менеджмента, организации производственной деятельности и трудовой адаптации осужденный ФКОУ «Академия права и управления Федеральной службы

исполнения наказаний» Родионова Алексея Владимировича (РФ, г. Рязань). Отзыв положительный. Замечания: 1) в качестве одного из структурных вызовов в организации маркетинга персонала автор указывает «недостаток квалифицированных кадров» (стр. 10). Бесспорно, данный элемент играет ведущую роль в управлении современным предприятием, способствующим более эффективной кадровой политике. Но рекомендации по повышению квалификации работников не нашли отражение в автореферате; 2) изучение автореферата не позволяет сделать вывод о том, проводился ли в работе анализ производительности и результативности труда, которые автор рассматривает в качестве ключевых факторов развития маркетинга персонала; 3) отсутствуют пояснения по поводу ключевых аспектов концепции рекрутингового маркетинга, приведенные на стр. 17.

8. Отзыв доктора экономических наук, доцента, директора института экономики и менеджмента, профессора кафедры менеджмента и маркетинга ФГБОУ ВО «Вятский государственный университет» (ВятГУ) Савельевой Надежды Константиновны (РФ, г. Киров). Отзыв положительный. Замечания: 1) Стр. 14 рисунок 2 представлены мероприятия по минимизации кадровых рисков для сохранения кадровой безопасности в качестве фактора развития маркетинга, видится целесообразным дополнить представленные мероприятия блоком требований к управленческим кадрам, а не ограничиваться общим подходом ко всем работникам; 2) Стр. 16 рисунок 4 представлен концептуальный подход к развитию рекрутингового маркетинга и предложено использовать сотрудников в качестве бренд-послов, автору следовало провести анализ организационного сопротивления предложенным изменениям среди сотрудников, и определить перспективность данного направления.

9. Отзыв доктора экономических наук, доцента, ведущего научного сотрудника Центра институтов социально-экономического развития Институт экономики Российской академии наук Яковлевой Натальи Геннадиевны (РФ, г. Москва). Отзыв положительный. Замечания: 1) из текста автореферата не совсем ясны критерии определяющие имидж компании на основе концепции маркетинга персонала; 2)

при рассмотрении таблицы 1 «Структурные вызовы в организации маркетинга персонала» на странице 10 автореферата не совсем понятно принципиальное отличие структурного вызова «Недостаток ресурсов» и «Недостаток квалифицированных кадров».

Выбор официальных оппонентов и ведущей организации обосновывается известностью их достижений в области специальности 5.2.3. Региональная и отраслевая экономика (маркетинг), наличием публикаций в соответствующей сфере исследования и способностью определить научную и практическую ценность диссертации.

Диссертационный совет отмечает, что на основании выполненных соискателем исследований:

разработаны: концептуальный подход к развитию рекрутингового маркетинга, представленный в виде совокупности целевых ориентиров для формирования благоприятного имиджа компании; механизм управления персоналом на основе маркетингового подхода, являющийся базисом организации трансформационных процессов на этапе разработки кадровой политики в контексте маркетинга, основанного на системном сочетании целей, принципов, функций и технологий, обеспечивающих реализацию процесса маркетинга персонала на предприятии;

предложены: комплекс мероприятий по управлению кадровой безопасностью в качестве фактора развития маркетинга персонала, который основан на совокупности мер и действий, направленных на обеспечение безопасности и защиты информации, касающейся кадровой и персональной сферы работников организации и отличается непрерывным процессом управления кадровыми рисками; маркетинговая стратегия рекрутинговой деятельности компании, которая охватывает этапы привлечения, интереса, убеждения и найма с использованием продвинутых цифровых технологий;

доказана: перспективность использования механизма репозиционирования клиентелизма как управленческого феномена, который направлен на изменение

формата его содержания и направлен на повышение уровня клиентоориентированности компании в отношении собственных сотрудников;

введены: в понятийно-категориальный аппарат уточнения понятий: «маркетинг персонала в условиях структурных изменений», «результативность труда в контексте маркетинга персонала», «рекрутинговый маркетинг».

Теоретическая значимость исследования обоснована тем, что:

доказана: взаимосвязь между показателями имиджа организации и постоянства кадров, что позволило оценить влияние изменения значения индекса имиджа компании через коэффициент постоянства кадров на удельную выручку от реализации продукции на основе предложенной детерминированной многофакторной модели оценки имиджа компании, применение которой позволит оптимизировать подходы к рекрутингу, удержанию сотрудников и улучшению эффективности деятельности компании в целом;

для достижения поставленной цели и решения соответствующих задач в диссертационной работе результативно *использованы* следующие общенаучные и специальные методы: абстрактно-логический метод, методы анализа, синтеза, индукции и дедукции, наблюдения и системного анализа, а также методы структурно-логического анализа, индукции и дедукции, методы системного подхода, сравнительный, обобщения и группировки, наблюдения и системного анализа, экономико-математические и статистические методы, методы математического моделирования;

изложены: теоретические положения фундаментальных и прикладных работ отечественных и зарубежных ученых в области маркетинга персонала, а также концептуальные положения современной экономической науки в области кадровой безопасности и управления кадровыми рисками;

раскрыты: теоретические основы развития маркетинга персонала и определены структурные вызовы в его реализации; трансформационные процессы на этапе разработки политики управления персоналом на основе маркетингового подхода; особенности рекрутингового маркетинга как фактора формирования организационной культуры;

изучены: направления формирования маркетинга отношений как элемента корпоративной стратегии в управлении персоналом с целью повышения его лояльности, рассмотрен процесс построения долгосрочных, взаимовыгодных отношений с персоналом на основе маркетинга;

проведена модернизация: научно-методического подхода к оценке имиджа компании с точки зрения работников и модели оценки имиджа компании на основе концепции маркетинга персонала проекта.

Значение полученных соискателем результатов исследования для практики подтверждается тем, что:

разработаны и внедрены рекомендации по совершенствованию маркетинга персонала в рамках выполнения пяти госбюджетных тем: «Актуальные вопросы экономики труда» (БГ-4-23), «Управление ресурсным обеспечением социально-экономического развития предприятий региона» (БГ-1-20), «Совершенствование социально-экономических институтов современной экономики» (БФ-2-14), «Функционирование социально-экономических институтов в особых условиях» (БЭК-2-17), «Институциональные аспекты принятия решений в области управления персоналом» (БГ-4-20);

определены возможности реализации теоретических разработок по основным положениям диссертационной работы, которые целесообразно использовать в учебном процессе федерального государственного бюджетного образовательного учреждения высшего образования «Луганский государственный университет имени Владимира Даля» при преподавании учебных дисциплин: «Управление персоналом», «Кадровый консалтинг и аудит», «Кадровая безопасность предприятия» (справка № 108-115-2439/72 от 03.07.2023 г.);

создан: комплекс рекомендаций по использованию концепции рекрутингового маркетинга для формирования благоприятного имиджа организации (справка о внедрении № 761 от 28.06.2023 г. от Муниципального унитарного предприятия «ЛУГАНСКГОРТРАНС»); комплекс рекомендаций по внедрению механизма управления персоналом на основе маркетингового подхода (справка о внедрении № 19 от 19.06.2023 г. от Южного управления

государственного унитарного предприятия Луганской Народной Республики «ЛУГАНСКВОДА»);

представлены: предложения по реализации детерминированной многофакторной модели оценки имиджа компании (справка о внедрении № 229 от 30.06.2023 г. от Частного акционерного общества «Научно-производственный центр «ТРАНСМАШ»); комплекс мероприятий по реализации маркетинговой стратегии рекрутинговой деятельности компании на основе продвинутых цифровых технологий (справка о внедрении № 120 от 23.06.2023 г. от ООО «ТИТАН-ЛОГИСТИК»);

Оценка достоверности результатов исследования выявила:

теория: исследование основывается на обобщении теоретических разработок ведущих ученых в области маркетинга персонала, а также репрезентативных данных, полученных в ходе проведенного соискателем эмпирического исследования, которые согласуются с теоретическими разработками и опубликованными официальными данными по теме диссертации, с выводами, полученными другими авторами;

идея базируется: на научных положениях фундаментальных и прикладных исследований в области маркетинга персонала;

использованы: результаты сравнительного анализа полученных автором данных с ранее рассмотренными теоретическими и практическими подходами;

установлено: качественное совпадение ряда результатов, полученных автором в ходе исследования, с результатами, представленными в других научных источниках по данной тематике;

использованы: современные методики сбора и обработки исходной информации с помощью пакета прикладных программ Microsoft Office.

Личный вклад соискателя состоит в: состоит в обосновании целей, задач, методов исследования, связанных с разработкой научных и практических рекомендаций по развитию маркетинга персонала в условиях структурных изменений; систематизации, анализе и обобщении теоретического и практического материала по проблемам развития рекрутингового маркетинга и формирования

положительного имиджа компании; апробации полученных результатов исследования; личном участии в обсуждении результатов исследования на научно-практических конференциях различного уровня; подготовке публикаций по результатам исследования.

На заседании 02.07.2024 года диссертационный совет 24.2.490.01 принял решение присудить Чумаченко Галине Валерьевне ученую степень доктора экономических наук по специальности 5.2.3. Региональная и отраслевая экономика (маркетинг) за решение научной задачи, имеющей значение для повышения эффективности функционирования рынка труда Российской Федерации.

При проведении тайного голосования с использованием системы электронного блокчейн голосования «Криптовече» диссертационный совет в количестве 27 человек, из них 10 докторов наук по специальности 5.2.3. Региональная и отраслевая экономика (маркетинг), участвовавших в заседании, из 27 человек, входящих в состав совета, проголосовали: за – «27», против – «нет», воздержались – «нет».

Председатель

диссертационного совета 24.2.490.01

д.э.н., профессор



Е.М. Азарян

Ученый секретарь

диссертационного совета 24.2.490.01

д.э.н., доцент

А.Н. Германчук

«03» июля 2024 г.